

كتيب الحدث

والاستراتيجيات المدعومة بالذكاء الاصطناعي التسويق الرقمي

Upcoming Training Event

جنيف, Switzerland · 14 September 2026

Skillslab Training Provider

Skills for Tomorrow's World 



وصف الدورة

المقدمة

والتواصل وإدارة العلاقات مع الاصطناعي من أهم المحركات الاستراتيجية التي تعيد أصبحت التقنيات الرقمية والذكاء على حد سواء. وفي ظل التحول الرقمي العملاء وأصحاب المصلحة في المؤسسات الحكومية تشكيل أساليب التسويق النمو المنافسة، لم يعد التسويق الرقمي مجرد أداة المتسارع وتغير سلوك العملاء والمستفيدين وازدياد والخاصة تم المؤسسي وتعزيز السمعة المؤسسية وتحسين تجربة ترويجية، بل أصبح عنصرًا أساسيًا في تحقيق

المدعومة بالذكاء الاصطناعي تصميم برنامج التسويق الرقمي العملاء ودعم اتخاذ القرار الاستراتيجي.

من أحدث ممارسات لتمكين القيادات التنفيذية (**Digital Marketing & AI-Driven Strategy**) والاستراتيجيات

الأداء المؤسسي وتعزيز التسويق الرقمي وتقنيات الذكاء الاصطناعي لتحقيق والمديرين والمتخصصين من الاستفادة

يوفر البرنامج فهدًا نتائج أعمال مستدامة وتحسين

فعالة تعتمد على البيانات والتحليلات المتقدمة متكاملة لكيفية تطوير استراتيجيات تسويق رقمية القدرة التنافسية.

الرقمي، ورفع كفاءة الرقمية، وإدارة العلامة التجارية، وتحسين تجربة والذكاء الاصطناعي، مع التركيز على بناء الحملات

كما يركز العملاء، وزيادة التفاعل

وتعزيز مهارات اتخاذ القرار، وتحسين البرنامج على تطوير القدرات القيادية والاستراتيجية استخدام الموارد التسويقية.

والابتكار المؤسسي. ومن خلال الجمع بين أفضل التواصل مع أصحاب المصلحة، ودعم مبادرات التحول للمشاركين،

ملموسة الحالة الواقعية، سيتمكن المشاركون من قيادة الممارسات العالمية والتطبيقات العملية ودراسات الرقمي

نظرة مبادرات تسويقية مبتكرة وتحقيق قيمة مؤسسية

يهدف في بيئة الأعمال الرقمية الحديثة.

المدعومة بالذكاء الاصطناعي **إلى تزويد برنامج** التسويق الرقمي والاستراتيجيات عامة على البرنامج والأثر الاستراتيجي

لتحسين الأداء استراتيجيات تسويقية حديثة تستفيد من قوة البيانات المشاركين بمنهجية متكاملة لتطوير وتنفيذ

تواجه المؤسسات اليوم تحديات المؤسسي وتعزيز التواصل مع العملاء وأصحاب التحليلات والذكاء الاصطناعي

وازدحام القنوات الرقمية، وتزايد المنافسة، وارتفاع متزايدة تشمل التغير المستمر في سلوك المستهلكين، المصلحة.

الاصطناعي تفرض على التسويقية وتحقيق نتائج قابلة للقياس. كما أن توقعات العملاء، والحاجة إلى تخصيص الرسائل

تحسين الكفاءة والابتكار واتخاذ المؤسسات تطوير قدراتها للاستفادة من هذه التقنيات التطورات المتسارعة في الذكاء

يقدم البرنامج إطارًا عمليًا لفهم في

وتحليل السلوكيات قائمة على البيانات، واستخدام أدوات الذكاء البيئية الرقمية الحديثة وتطوير استراتيجيات تسويق القرار.

كما يساعد البرنامج المشاركين على وتحسين الحملات التسويقية وأتمتة العمليات الاصطناعي في إنشاء المحتوى

والجمهور المؤسسي، وإدارة السمعة الرقمية، وتطوير تعزيز مهارات القيادة الرقمية، وتحسين التواصل التسويقية.

ومن خلال التركيز على المستهدف، بما يحقق مستويات أعلى من التأثير استراتيجيات فعالة للتفاعل مع العملاء

المشاركين من تحسين أداء الحملات الرقمية، وتعزيز التطبيق العملي والنتائج المؤسسية، سيتمكن والولاء والرضا.

التشغيلية، التحول الرقمي، وبناء قدرات مؤسسية أكثر جاهزية حضور المؤسسة عبر المنصات الرقمية، ودعم مبادرات

التنافسية والاستدامة وتعظيم العائد على الاستثمار التسويقي، وتعزيز للمستقبل. ويؤدي ذلك إلى تحسين الكفاءة

بنهاية القدرة

أهداف البرنامج

فهم الدور الاستراتيجي للتسويق البرنامج سيكون المشاركون قادرين المؤسسية.

- تطوير استراتيجيات تسويق الرقمي في تحقيق الأهداف على:
- توظيف الذكاء الاصطناعي في رقمية متكاملة تدعم رؤية المؤسسة.
- تحليل سلوك المؤسسة.
- تصميم حملات تسويقية العملاء وأصحاب المصلحة باستخدام تحسين الأداء التسويقي.
- تحسين البيانات.
- تعزيز إدارة العلامة تجربة العملاء عبر القنوات الرقمية رقمية قائمة على البيانات.
- استخدام المختلفة.
- تطبيق منهجيات الأتمتة أدوات الذكاء الاصطناعي لإنشاء المحتوى التجارية والسمعة الرقمية.
- تطوير وتحسينه.
- تحسين الظهور الرقمي عبر استراتيجيات فعالة للتسويق عبر وسائل التواصل التسويقية لزيادة الكفاءة.
- قياس أداء الحملات الاجتماعي.
- تعزيز اتخاذ القرار من التسويقية باستخدام مؤشرات الأداء محركات البحث.
- قيادة الرئيسية.
- دعم الابتكار وتحقيق نتائج مبادرات التحول الرقمي في مجال خلال التحليلات المتقدمة.
- المحتوى التسويق.

المؤسسي (المحاور أيام) اليوم الأول: أساسيات التسويق الرقمي التدريبي (الخطة التدريبية لمدة ٥ أعمال مستدامة).

مقدمة في التسويق والتحول الرقمي

- الاستراتيجية التسويقية الرئيسية

- التحول الرقمي وأثره الرقمي

- الموضوعات الرقمية

تطور التسويق المؤسسي

- البيئة الرقمية التفصيلية

- رحلة العميل الرقمي

- نماذج التسويق متعددة الحديثة

- بناء الاستراتيجية الرقمية

- التحول الرقمي في القنوات

- موازنة التسويق مع الأهداف الرقمية

- التطبيقات المؤسسية

تقييم الجاهزية المؤسسية

- رسم رحلة العملية

- تطوير استراتيجية رقمية الرقمية

- دراسة حالة للتحويل العميل

- اليوم الثاني: صناعة أولية

التسويق الاجتماعي المحاور المحتوى والتسويق عبر وسائل التواصل الرقمي

- استراتيجيات التواصل الرئيسية

- إدارة العلامة التجارية بالمحتوى

- الموضوعات الاجتماعية

تطوير استراتيجية الرقمية

- كتابة المحتوى التفصيلية

- التسويق القصصي المحتوى

- Storytelling المؤثر

- التفاعل مع إدارة المجتمعات

- إدارة السمعة الرقمية

- استراتيجيات بناء العلامة الجمهور

- التطبيقات الرقمية

تصميم خطة محتوى التجارية

- بناء حملة تواصل العملية

- تحليل أداء رقمية

- محاكاة إدارة السمعة اجتماعي

- اليوم الثالث: الذكاء المحتوى

الذكاء الاصطناعي في الاصطناعي وتجربة العملاء الرقمية المحاور الرقمية

- الأتمتة الرئيسية

- تحسين تجربة التسويق

- الموضوعات التسويقية

أساسيات الذكاء العملاء

- الذكاء الاصطناعي التفصيلية

- إنشاء المحتوى باستخدام الاصطناعي

- روبوتات المحادثة التوليدي

- التخصيص الذكي الذكاء الاصطناعي

- أتمتة الحملات الذكية

- تحليل تجربة للمحتوى

- التطبيقات التسويقية

ورشة استخدام أدوات الذكاء العملاء

- تطوير محتوى مدعوم العملية
- تصميم سيناريوهات الاصطناعي
- تقييم تجربة العملاء بالذكاء الاصطناعي
- اليوم الرابع: أتمتة تسويقية

الإعلان التسويقية المحاور الإعلانات الرقمية والتحليلات الرقمية

- التحليلات الرئيسية
- قياس الأداء الرقمي
- الموضوعات والبيانات
- التسويق عبر محركات التسويق
- الإعلانات الرقمية التفصيلية
- تحسين محركات البحث البحث
- SEO المدفوعة
- مؤشرات الأداء تحليل سلوك
- التحليلات المستخدم
- تحسين معدلات الرئيسية
- التطبيقات التنبؤية

تصميم حملة إعلانية التحويل

- تحليل بيانات العملية
- بناء لوحة مؤشرات رقمية
- تحسين أداء الحملات حقيقية
- اليوم الخامس: أداء

القيادة في العصر والابتكار المحاور القيادة الرقمية واستراتيجية الذكاء الاصطناعي التسويقية

- استراتيجيات الذكاء الرئيسية
- الابتكار والتحول الرقمي
- الموضوعات الاصطناعي

اتخاذ القرار المعتمد على المؤسسي

- حوكمة الذكاء التفصيلية
- إدارة التغيير البيانات
- بناء ثقافة الاصطناعي
- استراتيجيات النمو والتحول
- الاتجاهات المستقبلية الابتكار
- بناء مؤسسات جاهزة الرقمي

- التطبيقات للتسويق

محاكاة اتخاذ القرار للمستقبل

- تقييم جاهزية الذكاء العملية

- إعداد خارطة طريق للتحويل التنفيذي

- تطوير خطة استراتيجية الاصطناعي

- الفئة الرقمي

طعم البرنامج خصبًا تنفيذية

مديري المستهدفة

- مديري التسويق لـ:

- مديري الاتصال التسويقي.

- مديري العلاقات الرقمي.

- مديري تجربة المؤسسي.

- مديري التحول العامة.

- مديري العلامات العملاء.

- مسؤولي الإعلام الرقمي.

- مسؤولي التواصل التجارية.

- مديري تطوير الحكومي.
 - مديري الابتكار المؤسسي.
 - مديري الأعمال.
 - رؤساء والاستراتيجية.
 - القيادات التنفيذية المشاريع.
 - العاملين في الجهات الأقسام.
 - متطلبات الحكومية والشركات العليا.
- يفضل أن يمتلك الكبرى.
- معرفة أساسية بالتسويق أو الالتحاق
- خبرة مهنية في القطاع الاتصال المؤسسي أو إدارة المشاركون:
 - اهتمام بالتسويق الأعمال.
 - مسؤوليات مرتبطة بالتواصل الرقمي والابتكار والتحول الحكومي أو الخاص.
 - رغبة الرقمي.
 - اهتمام بقيادة المبادرات في الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين أو التسويق أو تطوير الأعمال.
 - المنهجية الرقمية داخل الأداء.
- يعتمد البرنامج على منهجية المؤسسة.

ورش تدريبية تنفيذية حديثة تركز على التطبيق العملي التدريبية

- دراسات حالة وتحقيق الأثر المؤسسي، وتشمل:

- مناقشات عمل تفاعلية.

- محاكاة تنفيذية.

- تمارين عملية جماعية.

- التعلم القائم على واقعية.

- أنشطة تحليل تطبيقية.

- تطبيقات عملية على أدوات السيناريوهات.

- التعلم التشاركي البيانات.

- جلسات تقييم وتغذية الذكاء الاصطناعي.

- إعداد خطط تنفيذية قابلة وتبادل الخبرات.

- مخرجات راجعة.

بنهاية البرنامج سيكون المشاركون للتطبيق.

تطوير استراتيجيات تسويق التعلم

- استخدام الذكاء الاصطناعي رقمي متوافقة مع الأهداف قادرين على:

- تعزيز المؤسسية.

- تحسين تجربة العملاء عبر فعالية التواصل مع العملاء وأصحاب لتحسين الكفاءة التسويقية.
- تطوير حملات المصلحة.
- تحسين ظهور المؤسسة عبر تسويقية قائمة على البيانات القنوات الرقمية.
- تعزيز إدارة العلامة محركات البحث والمنصات والتحليلات.
- تطبيق الرقمية.
- استخدام مؤشرات الأداء في الأتمتة التسويقية لزيادة الإنتاجية التجارية والسمعة المؤسسية.
- اتخاذ والكفاءة.
- قيادة مبادرات التحول قرارات تسويقية أكثر دقة قياس النتائج وتحسينها.
- تعزيز وفعالية.
- تحسين الرقمي والتغيير المؤسسي.
- رفع الابتكار داخل المؤسسة.
- دعم النمو المستدام الأداء المؤسسي والقدرة العائد على الاستثمار التسويقي.
- الملف التعريفي وتحقيق القيمة المؤسسية طويلة التنافسية.

يقدم هذا البرنامج خبير دولي المدى.

في مجالات التسويق معتمد يتمتع بخبرة واسعة في التدريب والاستشارات للمدرب

يمتلك الرقمي والذكاء الاصطناعي والتحول الرقمي والتطبيقات العملية

العامة والشركات المدرب خبرة واسعة في تقديم الاستشارات للوزارات والاستراتيجية المؤسسية وتطوير الأداء.

وتطوير قنوات التواصل وتحسين تجربة العالمية في مجالات التحول الرقمي والتسويق والهيئات الحكومية والمؤسسات

تشمل الاستراتيجي

الاستشارات التنفيذية العملاء وتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي.

- تطوير استراتيجيات خبراته:
- تطبيقات للقيادات العليا.
- إدارة مبادرات الابتكار الذكاء الاصطناعي في الأعمال التسويق والتحول الرقمي.
- تطوير استراتيجيات والتسويق.
- التحول الحكومي والتحول المؤسسي.
- التحول المؤسسي في الشركات تجربة العملاء.
- إدارة الاتصال المؤسسي الرقمي.
- التحليلات الكبرى.
- تطوير والعلاقات العامة.
- إدارة المتقدمة واتخاذ القرار.
- بناء مؤشرات الأداء وقياس النتائج.
- ويستفيد المشاركون من القدرات القيادية التغيير والجاهزية المؤسسية.

والحلول التطبيقية التي تمكنهم من تطبيق المفاهيم خبراته العملية الواسعة وأفضل الممارسات العالمية والتنظيمية.

تحسين الأداء المؤسسي وتعزيز التنافسية وتحقيق الأدوات مباشرة داخل بيئة العمل، بما يسهم في

نتائج أعمال مستدامة في العصر الرقمي.

تواصل معنا

هذا الحدث، يُرجى التواصل معنا: لتأمين مكانك أو للحصول على مزيد من المعلومات حول

الموقع الإلكتروني

www.skillslab-training.com

البريد الإلكتروني

info@skillslab-training.com

+966 559 653 447 واتساب

Generated by Skillslab Training

+966 559 653 447 واتساب | info@skillslab-training.com

www.skillslab-training.com